

и воспитательную. Регулярно публикуемые в газетах «Вечерний Минск», «Новый вечерний Гомель», «Вечерний Бобруйск» афиши музеев, театров, концертных залов популяризируют искусство, воспитывают у читателя чувство вкуса. Естественно, воспитательную силу афиши нельзя сопоставлять с воздействием рецензии известного критика, но на своем уровне данная информация в газете функцию выполняет.

Польза от утилитарной информации может быть явной или воображаемой. Примером утилитарной информации, несущей в себе воображаемую выгоду для читателя, могут быть гороскопы, которые еженедельно публикует «Вечерний Брест».

К разновидности утилитарной информации следует отнести так называемые программы партнерства, дисконтные карты для читателей, выпускаемые газетой (подобное практиковал «Вечерний Брест»).

Если проанализировать все многообразие видов утилитарной информации, легко прийти к выводу, что ее публикация направлена на стимулирование продаж тиража. Эффект от публикации утилитарной информации, как правило, краткосрочный, поэтому она действенна при реализации газеты в розницу. Существует прием, который позволяет стимулировать реализацию тиража в долгосрочной перспективе. Для того чтобы у читателя появился мотив оформить подписку на издание, публикация утилитарной информации должна носить серийный характер (как регулярный выпуск телепрограммы). Газета «Вечерний Гродно», например, начала публиковать проект «Телефонный справочник с «Вечеркой». В каждом номере размещаются подборка телефонных номеров необходимых каждому горожанину организаций и служб: аптек, ЖЭСов, больниц, такси... Таким образом, читателю предлагается вырезать подборки, собрать свой справочник и в итоге, как дополнительный стимул, получить дисконтную карту скидок и бонусов.

Публикация утилитарной информации – эффективное, но не универсальное средство продаж тиража. Она не может подменить собой необходимое ядро содержания номера, конечно, если речь идет не об информационно-справочном, рекламном издании.

Татьяна Гирина

*Классический приватный университет
(г. Запорожье, Украина)*

ВИЗУАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ДЕТЕРМИНАНТА СОВРЕМЕННОГО ДЕТСКОГО РАДИОВЕЩАНИЯ

С каждым годом все больше детей растет с пониманием того, что Интернет является неотъемлемой частью СМИ. Несмотря на это, специалисты в один голос заявляют о вреде Интернета, о его негативном влиянии на

психику ребенка. Наибольшая же опасность всемирной сети кроется в ее преимуществе – бесконечной увлекательности. Компьютер в доме каждой семьи в умелых руках заботливых родителей из фактора ухудшения зрения, искривления позвоночника, психологической зависимости трансформируется в окошко к новому миру с огромным количеством информации, знакомствами и общением, творчеством и самосовершенствованием.

Особое внимание разработчиков программного обеспечения сегодня привлечено к проблемам развития у подрастающего поколения навыков полезного и безопасного использования Интернета, а также творческих способностей и инфокоммуникационной культуры. Программы из сферы так называемого «детского Интернета» направлены на повышение безопасности несовершеннолетних пользователей. Множество детских сетей, среди которых «ТЫР.НЕТ», «Гогуль», «Kinder.ru», «KIDO'Z», «Интернешки» и др., на собственных сайтах обеспечивают детей не только функциями поисковика, но и flash-играми и on-line игрушками; сказками для детей; открывают форумы и разрабатывают интернет-проекты – реставрации исторических событий, виртуальные экскурсии по крупнейшим музеям планеты и, конечно же, предоставляют почти безграничные возможности по прослушиванию музыки.

Одним из направлений развития «детского Интернета» является радиовещание для маленьких пользователей всемирной паутины. Официальные интернет-страницы детских радиопрограмм и сайты детских радиостанций являются составной частью международного проекта по защите детей в Интернете. Однако часто происходит смещение понятия онлайн-радиостанции, вследствие того что радиоканал становится вспомогательным инструментом сайта детской тематики. Ведь для открытия собственной неприбыльной радиостанции необходимо лишь загрузить на свой компьютер программу, по функциональным особенностям похожую на обычный проигрыватель. В других случаях сайт радиостанции принимает на себя функциональные особенности портала, содержит форумы, гостевые страницы, записи программ и видеоматериалы, конкурсы и архивные документы, возможность прокомментировать определенное сообщение или принять участие в голосовании.

С появлением Интернета трансформируется сама суть радиовещания. Ограниченное звуком образное восприятие радио отныне приобретает графическое выражение. На фоне модернизации детских FM-радиостанций и программ появляется новый класс радиостанций, вещающих исключительно в Интернете. Собственный сайт для каждой радиостанции сейчас является не только признаком хорошего тона, но и суровой необходимостью. Это, с одной стороны, облегчает доступ к информации, а с другой – расширяет круг ценителей музыкального и программного продукта каждой радиостанции.

Радиовещание средствами Интернета компенсирует отсутствие картинки образностью и дополнительными, до этого не используемыми на радио,

возможностями. Общеизвестно – радио уступает телевидению отсутствием зрительного образа: мультики можно смотреть, за любимыми персонажами можно наблюдать, а ведущих на радио можно только представлять. С другой стороны, в этом и главное преимущество радио – большой простор для воображения. Возможность познакомиться с ведущими любимой детской радиопрограммы, с одной стороны, может вызвать диссонанс воображаемого и реального, а с другой стороны, придаст радио образность и реальность.

Всемирно известный скрипач и педагог, разрабатывающий философию и принципы обучения, опираясь на раскрытие природных талантов каждого ребенка, автор бестселлера «После трех уже поздно» Синити Судзуки говорит, что, «развивая в ребенке хотя бы один из органов чувств, но делая это настойчиво и профессионально, мы тем самым запускаем и все остальные». Слушая радио, дети не только учатся воспринимать слуховую информацию, но и развивают образное мышление, радио не вызывает привыкания и не несет тех негативных последствий, как другие СМИ.

Родители отмечают, что дети любят слушать детские песни, рассказы, стихи, басни, музыку из детских фильмов и мультфильмов, звуки природы и классическую музыку. В старшем возрасте, когда дети начинают самостоятельно слушать радио, вместо рекомендованных романсов и классических вокальных композиций, дети становятся слушателями распространенных FM-радиостанций. Таким образом, у них формируется специфическое чувство музыкального вкуса и меры, они не могут оценить художественную ценность языка музыки, доступность поэтического образа, поэтического слова и тому подобное.

Любовь к музыке, песням из радиоприемника прививается маленьким слушателям еще детскими радиостанциями: «Детское радио», «SunRadio Сказки», «SunRadio Детские Песенки», «101.ru – Колыбельная», «Kids Hits Radio» (Россия), «Baby Mix Radio» (Париж, Франция), «Fun Kids» (Великобритания), «Radio Teddy» (Германия), «ZET Kids» (Польша), «Itsy Bitsy FM» (Румыния), «Kinderradio FM» (Нидерланды) «MouseWorld Radio» (США), «Colorín ColorRadio» (Колумбия) – и более сотни других детских радиостанций по всему миру, которые объединяет то, что каждый желающий может прослушать их через Интернет.

Кроме прослушивания радиостанций в любой точке планеты, сайт детской радиостанции предоставляет слушателям и посетителям радио дополнительные возможности, в частности прослушать любую программу в прямом эфире, в записи или прочитать ее текст, ознакомиться с расписанием радиопрограмм, сформировать собственный плейлист или узнать, какая песня сейчас в эфире. Особое место на каждом сайте детской радиостанции занимают игры. Развивающие игры углубляют знания юных слушателей по географии, астрономии, истории и биологии. Например, есть множество конкурсов, среди которых «придумать историю в пределах страницы, ис-

пользуя следующие 10 слов: розовый, бабушка, цветные карандаши, парк, воображение, путешествия, НЛО, свет, сердце» и отправить результаты на электронный адрес, указанный на странице. Упражнения подобного рода стимулируют воображение детей.

Стоит отметить, что, помимо прочего, большинство детских радиостанций предлагают маленьким слушателям создать что-то собственными руками. Так, на одной из детских радиостанций Германии детям предлагается создать целый зоопарк животных, имея только ножницы и принтер. Таким образом, радио из аудиального средства массовой информации, взаимодействуя с Интернетом, не только превращается в аудиовизуальный канал, но и способствует тактильным контактам. В рамках утреннего шоу на немецкой радиостанции «Radio Teddy» ведущие имели прямое включение из зоопарка Берлина. Онлайн-видеотрансляцию и аудиозапись программы все желающие могли посмотреть на сайте радиостанции. Стильное оформление радиостанции «Zambo» (Германия) дополняется наличием форума и чата, возможностью зарегистрироваться, прокомментировать программу или статью, провести онлайн-конференцию или загрузить версию программы для печати. Руководство румынской радиостанции «Itsy Bitsy» организует флэш-мобы с переодеванием. Видео-, аудио- и фотоотчеты с события можно посмотреть на интернет-странице радиостанции.

Безусловно, как и на любой радиостанции, акцент делается на радиовещание, однако информация на сайте расширяет и повторяет уже сказанное. Повторение же один из лучших способов стимулировать интерес ребенка. Если взрослого заставить слушать одну и ту же историю несколько раз в день, она ему быстро надоеет, детям же повторение обеспечивает нормальные условия для полноценного развития умственной деятельности. В одной из своих книг Синити Судзуки сказал: «Нас должно беспокоить не то, что мы даем ребенку слишком много информации, а то, что ее часто очень мало, чтобы полноценно развивать малыша, поскольку большинство из того, что ребенок недополучит в детстве, он не сможет постигнуть за всю жизнь».

Юлия Голодникова

*Школа журналистики и медиакоммуникаций УКУ
(Украина)*

ЖУРНАЛ «ШО» : В ПОИСКАХ СООБЩЕСТВА «ЧИТАТЕЛЕЙ» СОВРЕМЕННОСТИ

Данное исследование базируется на концепциях и размышлениях представителей социологического и философского знания, таких как В. Беньямин, Р. Барт, М. Маклюэн, П. Бурдьё, Ж. Бодрийяр, Г. Дебор, Ф. Джеймисон, У. Эко, С. Жижек, Дж. Лакан, учитывает опыт концептуализации понима-